

BAB III

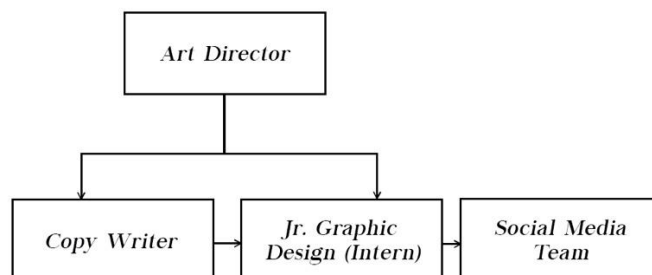
PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Pelaksanaan praktik kerja magang yang penulis telah lakukan selama dari lebih 320 jam, penulis memiliki tanggung jawab sebagai *junior graphic design*. Selama praktik kerja magang berlangsung penulis dibimbing serta bertanggung jawab akan setiap pekerjaan yang dilakukan oleh Rakhmawan Wirayudha sebagai *art director* tim beta di Acom Digital Kreasi. Penulis diberikan tanggung jawab selama melaksanakan magang untuk memperhatikan berbagai aspek visual, dimulai pembuatan konten, pemilihan foto dan video.

1. Kedudukan

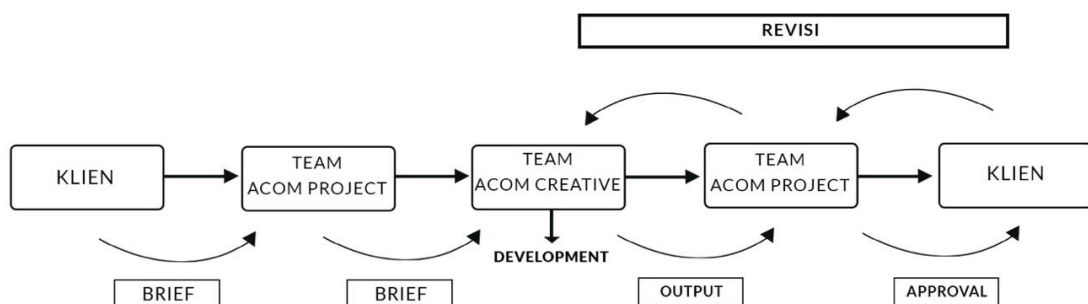
Pada kegiatan praktik kerja magang yang penulis lakukan di Acom Digital Kreasi, penulis memiliki tanggung jawab sebagai *junior graphic design*. *Junior graphic design* berperan membuat visual sesuai arahan dari *art director* yang bernama Rakhmawan Wirayudha dan menerima konten dari *copy-writer* bernama Sekar Widya. Di dalam Acom Digital Kreasi terdapat dua tim dalam pembagian client yang ditangani serta pembagian hari masuk kerja antara WFO dan WFH. Penulis sendiri masuk kedalam pembagian tim beta, klien yang sedang dikerjakan didalam tim beta meliputi tim beta adalah Caplang Minyak Kayu Putih, MKI (Mitra Kiara Indonesia, Yeos, MEA, Ambonia, SIG (Semen Indonesia Group).



Gambar 3.1 Bagan Alur Pengerjaan Desain dari Art Director

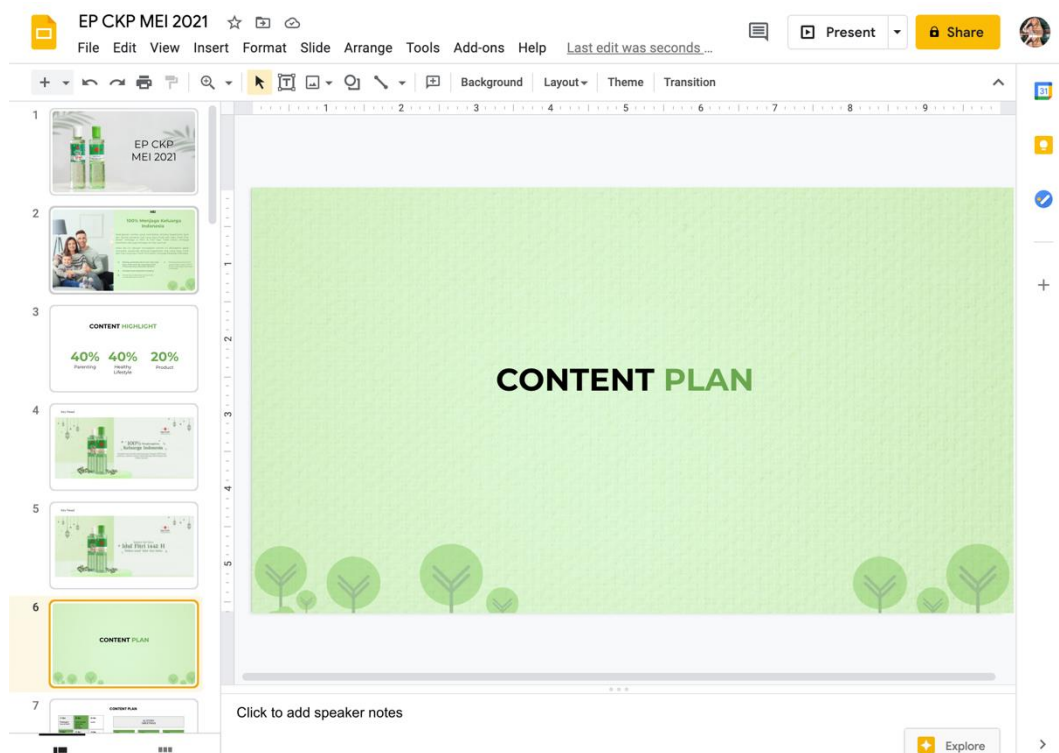
2. Koordinasi

Tahap pertama untuk melakukan post social media dalam satu bulan kedepan penulis melakukan brainstorm terlebih dahulu untuk membahas konten dimulai dari Brief client yang disampaikan melalui Team project untuk postan Instagram dan facebook lalu lanjut berdiskusi dengan *art director*, *copy writer* serta *creative director* tim beta. Hasil brainstorm tersebut dilanjutkan untuk pembuatan konten yang dilakukan oleh *copy writer* untuk penyusunan awal sebelum ketahap visual. Apabila konten sudah tersedia dan sudah disetujui dari *art director* serta *creative director*, penulis melanjutkan kedalam tahapan visual. Setelah semua visual sudah selesai penulis kerjakan penulis menyerahkan kepada art director untuk melakukan pengecekan terlebih dahulu sebelum diberikan kepada client, karena akan terdapat beberapa revisi agar sesuai dengan brief awal yang sudah diberikan. Tahapan terakhir apabila sudah mendapatkan persetujuan dari tim kreatif Acom, maka konten visual tersebut akan di kirim langsung untuk client melalui team project Acom. Proses yang dilakukan untuk menunggu jawaban klien biasanya sehari sampai dua hari, setelah mendapat hasil feedback klien biasanya team kreatif acom akan terdapat revisi-revisi lainnya dan beberapa masukan akan konten visualnya. Selanjutnya apabila semua hasil revisi sudah disetujui pihak klien maka konten visual tersebut sudah bisa dapat dinaikkan kedalam sosial media yang terkait.



Gambar 3.2 Bagan Alur Koordinasi

Selama melakukan praktik kerja magang di Acom Digital Kreasi menjadi *junior graphic design* komunikasi yang diberikan selalu diberikan secara langsung pada saat hari senin dimulai *work from office* berlangsung. Namun apabila hari pertama dimulai dari *work from home* penyampaian brief melalui chat whatsapp personal *art director*. Pada saat *brief* diberikan Melalui *project manager* menuju tim kreatif untuk dijadikan konten serta visual. Berikut merupakan tahapan awal yang dilakukan bagian *copy writer* untuk melakukan pemilihan *headline* serta *bodycopy* untuk selanjutnya menjadi visual. Berikut merupakan tampilan awal atau dapat disebut *deck* atau disebut juga dengan EP (*Editorial Plan*)



Gambar 3.3 *Deck* Awal setiap bulannya.

3.2. Tugas yang dilakukan

Dalam jangka waktu kurang lebih 3 bulan atau 91 hari penulis di Acom Digital Kreasi, penulis memiliki banyak pengalaman baru serta wawasan ilmu yang lebih luas selama mengejarkan tugas dan tanggung jawab yang telah diberikan. Berikut

merupakan pekerjaan yang penulis lakukan selama tiga bulan melakukan praktik kerja magang :

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan yang Dilakukan Penulis Selama Magang

No.	Tanggal	Proyek	Keterangan
1.	22/2/21 – 26/2/21	<i>Acom</i> Better Caplang	<ul style="list-style-type: none"> • Mencari Ekspresi Mood untuk konten challenge tiktok better • Merancang Feeds serta IG Story Caplang Minyak Kayu Putih, • Membuat Motion Caplang
2.	1/3/21 – 5/3/21	<i>Acom</i> Caplang Yeos MEA	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan Photoshoot MEA, Merancang Feeds IG Story CKP Maret • Revisi IgStory CKP • Merancang Beberapa Feeds Brand YEOS
3.	8/3/21 – 12/3/21	<i>Acom</i> Caplang MEA	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat IgStory CKP Greeting hari besar • Membuat IgStory MEA • Revisi IgStory • Revisi Feeds CKP • Revisi Feeds MEA
4.	15/3/21 – 19/3/21	<i>Acom</i> MEA	<ul style="list-style-type: none"> • Revisi Feeds MEA • Outing Kantor Ke Anyer
		<i>Acom</i> Caplang Yeos	<ul style="list-style-type: none"> • Merancang EP Feeds CKP untuk bulan April • Merancang dua Feeds Untuk Brand Yeos • Mengikuti take voice over Brand YEOS

5.	22/3/21 – 26/3/21		
6.	29/3/21 – 2/4/21	<i>Acom</i> Caplang MEA	<ul style="list-style-type: none"> • Merancang IgStory EP CKP April, Membuat StoryBoard Challenge #UsapDance • Revisi IgStory MEA • Mencari Refrensi Untuk Konten April • Revisi Layout IgStory CKP
7.	5/4/21 – 9/4/21	<i>Acom</i> Caplang Miratone	<ul style="list-style-type: none"> • Merancang IgS Jadwal Puasa CKP, Revisi IGs CKP • Menyusun Konten Pitching Miratone • Mengikuti Pitching • Membuat Poster DVC CKPP
8.	12/4/21 -16/4/21	<i>Acom</i> Caplang Miratone MEA	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat moodboard untuk CKPP Challenge • Brainstorm • Membuat Feeds MEA • Membuat video Teaser Miratone Pitching • Membuat Feeds Miratone Pitching • Meeting Pitching Miratone.
9.	19/4/21 – 23/4/21	<i>Acom</i> Caplang	<ul style="list-style-type: none"> • Zoom meeting photoshoot CKP • Membuat Feeds Untuk Hari besar dibulan mei • Menyusun Layout EP CKP Bulan Mei • Photoshoot CKP • Revisi Layout Feeds EP CKP
		<i>Acom</i> Caplang	<ul style="list-style-type: none"> • Menyusun kembali EP CKP Mei dengan hasil photoshoot

10.	26/4/21 – 30/4/21		<ul style="list-style-type: none"> • Membuat IgS EP CKP Mei • Revisi Feeds EP CKP • Revisi IgS CKP
-----	-------------------	--	---

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam kurun waktu tiga bulan penulis melaksanakan praktik kerja magang sebagai *junior graphic design* adalah merancang visual dari sebuah konten aktivitas serta promosi yang telah terlebih dahulu oleh *copy writer* bagi sosial media dari brand yang sedang dikerjakan dari Acom Digital Kreasi. Konten aktivitas dari sebuah brand merupakan konten regular yang sudah dilakukan secara teratur serta terjadwal untuk diposting kedalam sosial media dari *brand* tersebut. Penulis pada setiap harinya melakukan berbagai aktivitas dari brand yang penulis pegang yaitu Minyak Kayu Putih Cap Lang serta brand yang dibawah Cap Lang seperti MEA. Konten tersebut bersifat informasi, promosi serta menjalin komunikasi yang terus terjalin dengan target audiens. Konten ini meliputi postingan *content plan* untuk jangka waktu aktivitas posting brand dalam sosial medianya selama satu bulan kedepannya, dimulai dari dua belas post feeds Instagram, dua belas Instagram story serta empat post facebook turunan dari post feeds Instagram. Penulis melakukan perancangan visual di bawah bimbingan dari *art director* tim beta yaitu Rakhmawan Wirayudha dan *project officer* bagi brand Cap Lang ialah Yohannes Eko.

Selain fokus utama penulis melakukan perancangan desain visual brand Cap Lang, penulis juga diberi kepercayaan untuk beberapa kali menangani beberapa pembuatan visual dari brand anak perusahaan Cap Lang yaitu MEA (Cap Lang aromatherapy). Apabila dilihat secara tampilan visual botol *packaging* tidak ada perbedaan yang spesifik antara Cap Lang dan MEA, namun apabila dilihat dari sisi kandung Cap Lang yang terbuat dari Cajaput dan Rhodinol sementara MEA mengandung Eucaplytus. Kemasan botol Cap Lang sendiri memiliki dua varian yaitu Caplang Kayu Putih untuk botol kemasan berwarna hijau.



Gambar 3.4 Cap Lang Kayu Putih
(Sumber: Dokumentasi Perusahaan Brand Cap Lang)

Perbedaan antara Cap Lang Kayu Putih dan Mea juga terdapat pada target audiensnya, CKPP mencakup target 28 *th* (*new moms*) dan kalangan keluarga, sedangkan MEA memiliki target anak muda dikarenakan kandungannya yang aromatherapy sehingga tetap dapat menghangatkan namun dengan wangi varian yang mencerminkan anak muda.



Gambar 3.5 Minyak Kayu Putih Plus
(Sumber: Dokumentasi Perusahaan Brand Cap Lang)

Kemasan yang berwarna Cap Lang Kayu Putih berwarna hijau memiliki khasiat untuk menghangatkan, sementara kemasan Cap Lang Putih Plus berfungsi untuk menghangatkan dan fokus dalam terjaga dari gigitan nyamuk. Pada kemasan MEA sendiri memiliki empat varian *aromatheraphy* meliputi *lavender* untuk kemasan botol ungu, *rose* untuk kemasan botol pink, sementara untuk botol warna hijau muda sendiri terdapat varian *greentea* dan ekaliptus. Semua varian Cap Lang ini dapat ditemui pada *market place* terdekat.



Gambar 3.6 Varian MEA

(Sumber:https://s3.bukalapak.com/img/8391245105/large/Minyak_Kayu_Putih_Cap_Lang_Ekalip tus_Aromatherapy_120_ml.jpg)

Dengan perbedaan target antar Cap Lang Kayu Putih dan MEA menjadikan cara komunikasi serta promosi dari kedua brand ini memiliki cara yang berbeda terlihat dari instagram CKPP @keluarga_caplang yang fokus kepada tentang keluarga dan informasi-informasi terhadap ibu rumah tangga akan kesehatan yang menghangatkan keluarga dengan tone warna hijau, abu, dan putih sedangkan Instagram @cleasdiary yang mengedepankan warna-warna cerah serta penyampaian yang mudah dipahami dan mengerti dengan penggunaan Bahasa-bahasa yang sedang digemari anak muda zaman sekarang.

Selain diberi tanggung jawab untuk merancang visual sosial media dari Cap Lang, penulis diberi kesempatan lain dan Ilmu tambahan lain untuk mengikuti sesi *photoshoot* dari Cap Lang maupun MEA. Proses *photoshoot* dalam setiap brand yang melakukan kerja sama diperuntukan sebagai asset yang selanjutnya akan dimasukan kedalam konten visual sosial media brand tersebut dalam jangka dapat digunakan aset tersebut dalam dua sampai tiga bulan kedepannya. Penulis sendiri diberikan tanggung jawab pada bagian wardrobe serta beberapa kali membantu *art*

director memberikan arahan gaya bagi model agar sesuai dengan konten feeds yang sudah disusun ataupun menyimpan stok foto asset.

3.3.1. Proses Pelaksanaan

3.3.1.1. Perancangan Konten Cap Lang

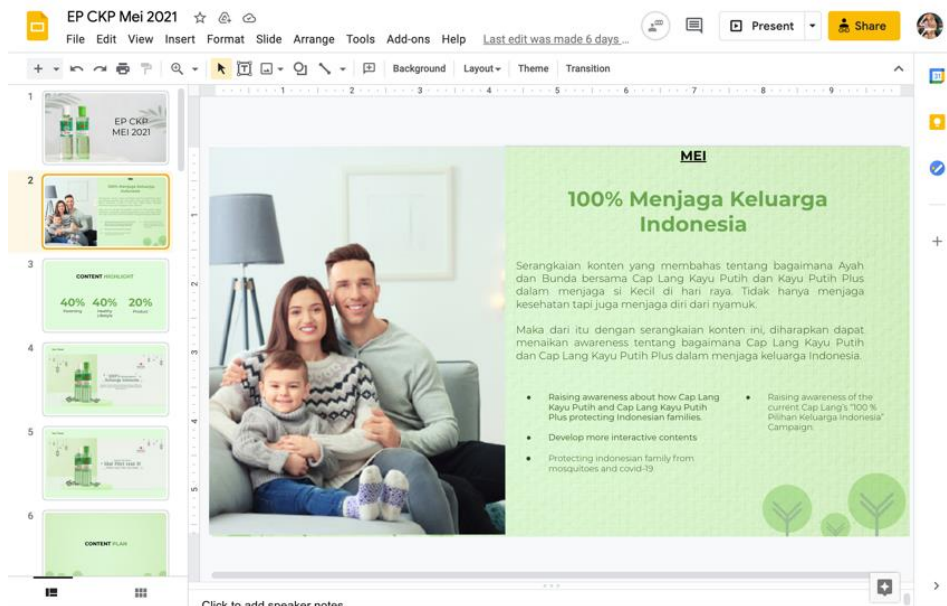
Perancangan konten yang dilakukan akan dipublikasikan pada bulan Mei. Lalu pada akhir maret penulis melakukan brainstorm bersama dengan *creative director*, *project manager*, *project officer*, *art director* dan *copy writer*.



Gambar 3.7 *Brainstorm* tim beta

Dimulai dari pemberian brief untuk konten EP (Editorial Plan) yang dibuat melalui *google slides*. Untuk bulan april sendiri akhirnya mengangkat tema “100% Menjaga Keluarga Indonesia”. Dilihat dari pertengahan bulan mei adalah bulan Ramadhan sekaligus lebaran, sehingga kegiatan komunikasi yang dilakukan memfokuskan keluarga yang beraktivitas selama bulan Ramadhan dan kehangatan lebaran maupun merayakan liburan setelahnya. Untuk bulan mei sendiri gaya bahasa yang digunakan memiliki unsur informasi mengenai kehangatan keluarga

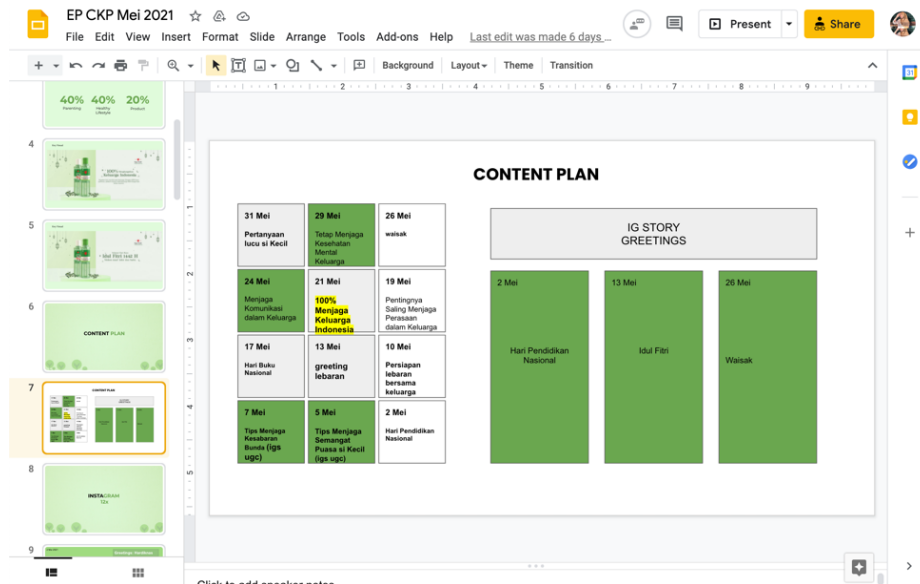
dimulai dari puasa, lebaran serta liburan yang diadakan dirumah saja dikarenakan pandemi. Tahapan awal yaitu melihat terlebih dahulu konten yang terlebih dahulu dikerjakan oleh *copy writer*, berikut merupakan tampilan *deck* awal Cap Lang sebelum masuk ketahapan visual.



Gambar 3.8 Tema Cap Lang Bulan Mei

(Sumber: Data Perusahaan)

Setelah menentukan tema satu bulan untuk visual satu bulan kedepannya, Langkah selanjutnya adalah divisi *copy writer* melakukan pembedahan *content plan* untuk memberi garis besar tema dari setiap post feeds dalam jangka waktu sebulan, baru setelahnya memasuki bagian membuat konten *headline* dan *body copy* dari satu post feeds tersebut. Berikut merupakan jabaran *content plan* Cap Lang untuk bulan Mei



Gambar 3.9 *Content Plan* Dalam Aktivitas Brand Tersebut Dalam Sebulan
(Sumber: Data Perusahaan)

Setelah membaca serta memahami dari isi deck awalan yang baru berisi konten *headline* serta *body copy* untuk diterjemahkan kedalam tampilan visual. Tahapan keduanya adalah mulai melakukan pembuatan moodboard untuk dijadikan sebagai acuan layout maupun desain untuk sebulan kedepannya. Moodboard yang penulis rancang terbagi menjadi dua yaitu tampilan fokus utamanya feeds dengan melihat hasil feeds Instagram Cap Lang terlebih dahulu dikarenakan tampilan visual Cap Lang menampilkan kesan “*Beauty & Simple*” sehingga acuan utamanya yaitu feeds-feeds yang sudah lebih dahulu tayang untuk dijadikan acuan *layouting*, Baik secara tampilan feeds, Instagram story ataupun post facebook.



Gambar 3.10 Refrensi Pertama *Moodboard layouting* Berdasarkan
Tampilan Feeds yang Terlebih Dahulu Tayang.
(Sumber: Instagram @keluargacaplang)

Penulis terus melakukan pencarian refrensi dari desain feeds Instagram Cap Lang dari bulan satu ke bulan lain untuk memperdalam dan memahami akan gaya visual desain Cap Lang yang sudah dijadikan dasar desain selama ini. Berikut merupakan refrensi kedua yang penulis cari dari akun Instagram Cap Lang.



Gambar 3.11 Refrensi Kedua Product berdasarkan tampilan feeds
yang terlebih dahulu tayang.
(Sumber: Instagram @keluargacaplang)

Setelah menentukan refrensi moodboard mana saja yang akan dijadikan sebagai acuan *layouting* feeds, tahap selanjutnya adalah penulis melakukan perancangan *moodboard* untuk *layouting* visual yang akan menampilkan *product*.



Gambar 3.12 Refrensi *Layouting* dan *Digital Imaging* untuk produk Cap Lang

Tampilan visual yang terdapat di sosial media Cap Lang termasuk kedalam olahan yang penulis lakukan dalam kemasan *digital imaging*, karena apabila melihat hasil asset awal yang hanya diberikan foto berdasarkan hasil photoshoot sehingga *digital imaging* salah satu cara terbaik untuk menarik perhatian serta strategi promosi bagi audiens tertarik serta ingin mengetahui lebih dalam lagi

mengenai produk tersebut pada saat melihat tampilan visual dari postingan feeds maupun Instagram story.

Cap Lang sendiri memiliki tiga *color tone* yang akan terus digunakan pada setiap tampilan visualnya, dimulai dari warna font maupun tampilan visual fotonya. Warna tersebut meliputi hijau, abu-abu muda dan putih.



Gambar 3.13 *Color Tone* Cap Lang

Setelah menentukan warna yang akan digunakan pada tampilan visual, hal berikut yang diperhatikan sebelum masuk pada bagian pemilihan asset foto ialah Cap Lang juga memiliki dua font yang akan selalu digunakan untuk tampilan visualnya, baik *headline* ataupun *bodycopy*. Untuk *headline* sendiri Cap Lang menggunakan font Chapaza.

Chapaza
Abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
1234567890

Gambar 3.14 Font Chapaza *Headline* Cap Lang

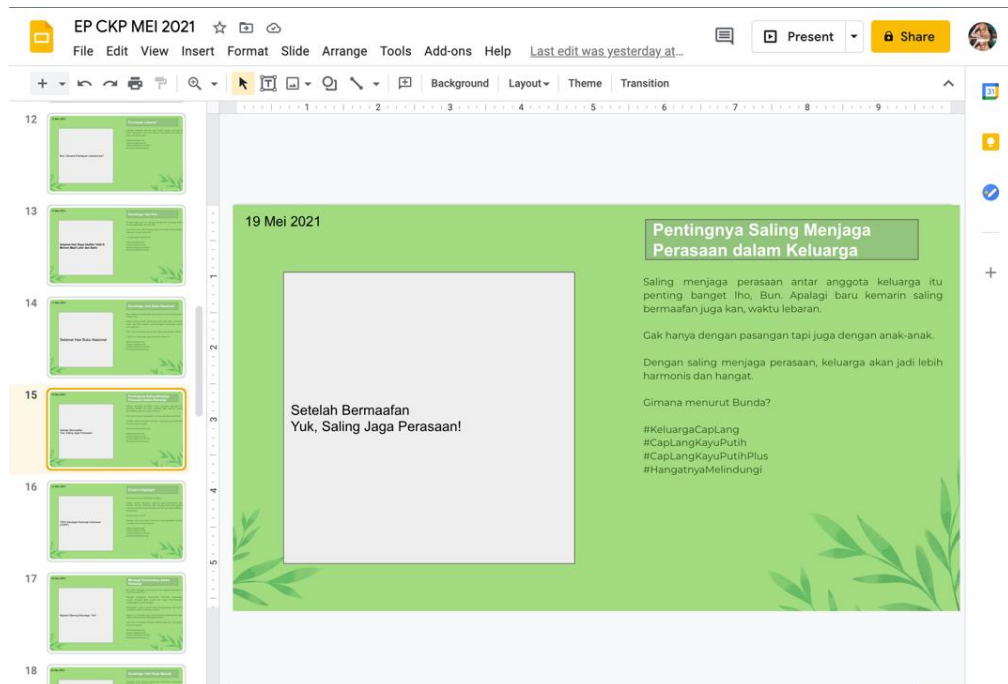
Untuk chapaza sendiri penulis menyesuaikan, terkadang menggunakan yang bold ataupun regular Sedangkan pada bagian *body copy* Cap Lang menggunakan font Lato.

Lato
Abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
1234567890

Gambar 3.15 Font Lato *Body Copy* Cap Lang

Setelah semua aspek visual sudah sesuai dan diterima oleh *art director*, Tahapan selanjutnya adalah penulis melanjutkan kedalam tahapan visual untuk memfinalisasi hasil konten yang sudah dibuat terlebih dahulu. Penulis menggunakan aplikasi *adobe photoshop cc* untuk melakukan pekerjaan pembuatan visual dikarenakan dipermudah dengan *tools-tools* yang dimiliki olehnya, dimulai dari pengeditan foto, shadow, layer serta artboard.

Penulis menggunakan ukuran tampilan feeds yang digunakan untuk setiap feeds berukuran 1080 x 1080 pixels dan 150 resolusi. Ukuran dan resolusi yang digunakan sudah mencukupi standart penayangan postingan di sosial media baik Instagram ataupun facebook. Tampilan visual Cap Lang lebih diutamakan berdasarkan hasil foto sendiri yang telah dilakukan dengan photoshoot sehingga setiap tampilan visualnya merupakan hasil karya sendiri dan tidak dimiliki untuk brand lain. Sebelum mencari asset visual berdasarkan *photoshoot* penulis harus menyesuaikan terlebih dahulu konten yang dibuat berdasarkan *headline* maupun *body copy* untuk menyesuaikan *visual* serta *layouting* visual itu sendiri. Berikut merupakan contoh konten yang masih mentahan sebelum diolah masuk kedalam ranah visual.



Gambar 3.16 Konten Awal Berdasarkan *Headline*

Selain melihat *headline* serta *body copy*, caption termasuk kedalam aspek penting dalam menentukan asset foto mana yang akan digunakan dan tampilan seperti apa yang dijadikan finalisasi feeds. Setelah mengetahui foto asset mana yang akan digunakan melalui asset photoshoot yang telah dilakukan dan disimpan melalui *google drive*, penulis kembali melakukan pengolahan visual menggunakan photoshop. Tahap pertama yang dilakukan adalah memasukkan logo caplang pada bagian kaanan atas lalu memasukkan foto yang sudah dipilih menyesuaikan mana foto yang paling berkaitan dengan *headline* maupun *caption*.



Gambar 3.17 Tahap Pertama Pembuatan Visual berdasarkan Hasil *Photoshoot*
(Sumber: Dokumentasi Perusahaan Berdasarkan Hasil *Photoshoot*)

Penulis memilih foto ibu dan anak yang sedang memberikan cium kasih sayang dikenang anaknya dikarenakan menyesuaikan dengan headline yang bertema saling bermaaf-maafan. Diantara banyak hasil foto dari photoshoot foto ini yang paling mendekati untuk memvisualisasikan konten writer tersebut. Selanjutnya adalah penulis memasukan *headline* untuk disesuaikan dengan *layouting* foto.



Gambar 3.18 Memasukkan Headline serta Memulai *Layouting*

Apabila dilihat dari foto tersebut, dari segi visual serta hierarki keterbacaan, sulit untuk dibaca dikarenakan antara warna headline dan visual memiliki warna yang mirip sehingga menimbulkan warna yang mati, oleh karena itu penulis mengubah kembali dengan menambahkan lighting serta blur sedikit pada bagian background agar headline dapat menjadi *point of center* dan logo dapat terlihat.



Gambar 3.19 Memberi Cahaya serta Shadowing

Berikut merupakan hasil finalisasi visual satu feeds yang akan dipublikasikan, dapat disimpulkan bahwa perubahan dan pencahayaan sangat mempengaruhi dari tampilan sebuah feeds itu sendiri. Setelah menyelesaikan desain, penulis memberikan hasil desain tersebut untuk dicek kembali dengan memasukkan visual tersebut kedalam EP sesuai dengan urutannya dan akan memberikan notifikasi mengenai pergerakan baru dari EP kepada *art director*, *group head* dan *creative director* sebelum desain tersebut dikirimkan kepada klien. Namun setelah melakukan pengecekan EP terdapat revisi pada tampilan visual tersebut. Menurut Miftah Firdaus selaku *group head creative*, objek dari foto tersebut harus dipindahkan agar bagian belakang baju yang terlipat tidak terlihat karena akan mengganggu keindahan yang sudah tercipta dari foto tersebut. Revisi atau *feedback* yang diberikan tim kreatif lainnya menggunakan comment yang dapat digunakan pada *google slide* dan ditampilkan diatas visual tersebut sehingga mempermudah

untuk mengetahui bagian mana saja yang harus diperbaiki. Setelah mengetahui mendapatkan revisi, penulis segera melakukan revisi untuk menghemat dan mempercepat waktu agar EP Cap Lang tersebut dapat dikirimkan sesuai dengan tanggal yang sudah dijanjikan kepada klien untuk dilakukan pengecekan, apakah layak atau tidak desain feeds maupun Instagram story untuk dipublikasikan dalam kurun waktu aktivitas sosial medianya sebulan kedepan. Berikut merupakan hasil revisi yang penulis lakukan.



Gambar 3.20 Revisi Hasil Visual

Penulis menggeser objek ibu didalam foto kebagian sebelah kiri untuk menghilangkan bagian belakang yang terikat, lalu memindahkam *headline* kebagian sebelah kiri untuk memberikan space antara objek dengan *headline* sehingga keterbacaan lebih dipermudah, Ukurannyapun sudah penulis lakukan perubahan menjadi lebih besar pada kalimat atas agar dijadikan sebagai titik fokus dan kalimat kedua diperkecil untuk dijadikan tanda sebagai kalimat sambung. Berikut merupakan hasil akhir yang sudah mengalami pengecekan serta persetujuan untuk dipublikasikan disosial media baik dari tim kreatif acom maupun klien.

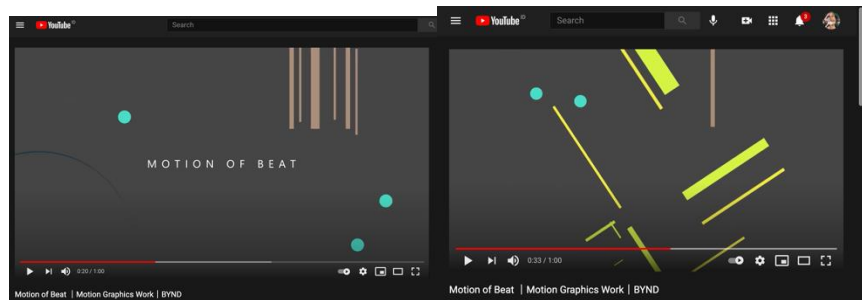


Gambar 3.21 Finalisasi Visual akhir Cap Lang

Dalam tampilan feeds untuk satu bulan, penulis tidak hanya melakukan pengambilan foto berdasarkan hasil *photoshoot* lalu mengeditnya dengan *layouting* yang baik. Tidak terlalu banyak perbedaan yang dialami antara desain feeds dan turunan Instagram story, perbedaannya hanya tata letak logo Cap Lang yang berada ditengah serta apabila tidak memungkinkan penyesuaian tata letak *headline* dari feeds maka dapat diubah sesuai tempat yang sekiranya tetap terbaca dan menjadi point fokus audiens pada saat pertama kali melihatnya.

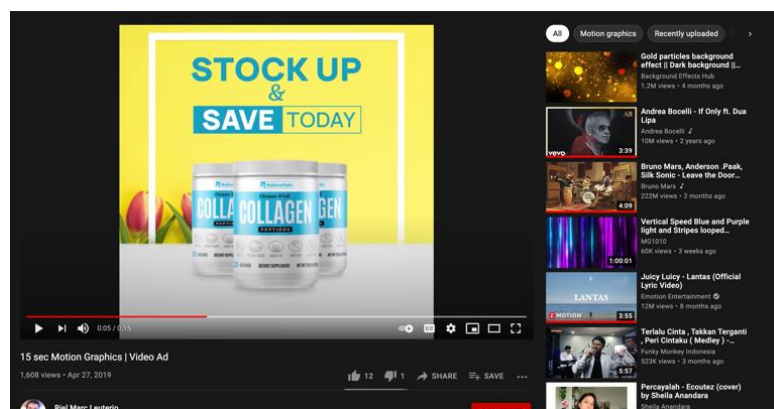
Instagram story Cap Lang juga memiliki beberapa varian, dimulai dari foto dan *layout* turunan feeds, interaksi menggunakan box question serta penggunaan video *motion* untuk memberikan variasi pada aktivitas sosial media dalam jangka waktu sebulan. Dalam pelaksanaan praktik kerja magang penulis pernah mengerjakan motion yang dilakukan untuk Instagram story Isra Miraj. Tahapan pertama yang dilakukan adalah menunggu arahan brief dari *art director* untuk menjadikan konten tersebut menjadi motion, selanjutnya penulis akan berdiskusi mengenai refrensi video *motion* agar terdapat gambaran seperti apakah motion yang

akan divisualisasikan. Berikut merupakan hasil refrensi yang penulis dan *art director* setuju untuk dijadikan visualisasi motion.



Gambar 3.22 Refrensi Pertama *Motion*

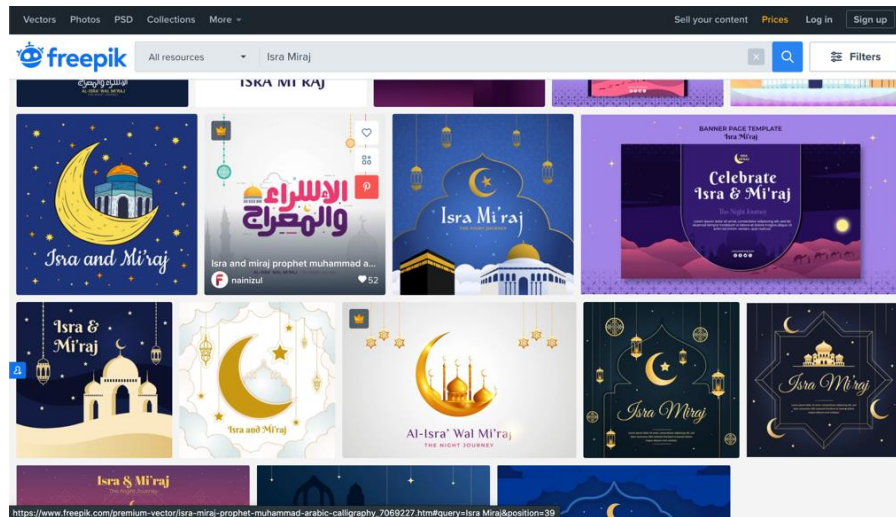
Refrensi video *motion* lebih menunjukkan cara jalan dari teks dalam sebuah *motion*. Lalu pada refrensi video kedua unsur yang mau diikuti adalah gerak objek yang maju serta mundur pendukung yang menyeimbangi gerak objek utama serta teks.



Gambar 3.23 Refrensi Kedua *Motion*

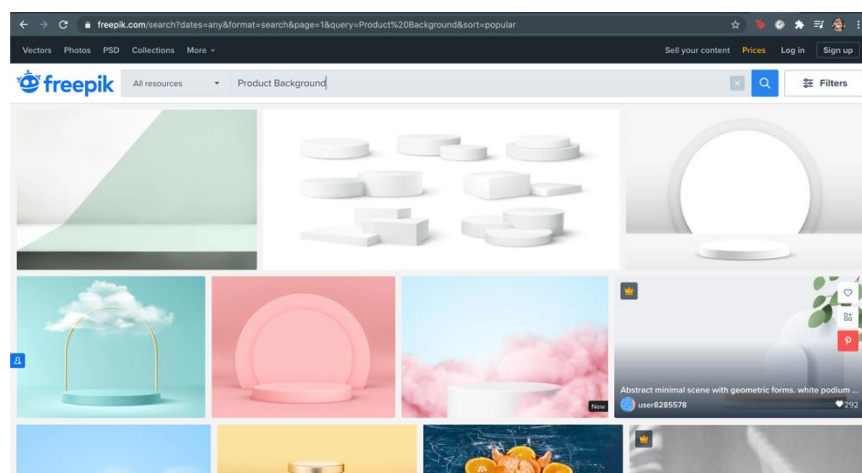
Berdasarkan kedua refrensi tersebut penulis akan menggabungkan kedua gaya visual tersebut kedalam satu video *motion*. Namun sebelum memasuki tahapan *editing* menggunakan *adobe after effects* penulis terlebih dahulu melakukan *layouting* di *photoshop* untuk melakukan asistensi pertama bentuk *layout* yang diajukan kepada *art director*. Instagram Story yang mengangkat tema Isra Miraj menjadikan penulis mencari tema desain mengenai Isra Miraj serta aksens yang

berhubungan dengan Isra Miraj di *Freepik* dengan *keywords* “Isra Miraj”, platform gratis yang menyediakan berbagai pilihan desain yang sedang dibutuhkan.



Gambar 3.24 Mencari Refrensi serta Asset
(sumber: freepik)

Setelah melakukan pencarian refrensi serta asset yang berhubungan Isra Miraj, Penulis juga melakukan pencarian untuk asset desain produk yang akan penulis jadikan sebagai tempat pelatakan Cap Lang di dalam *layout motion* tersebut. Pencarian tersebut kembali dilakukan di *freepik* dengan *keywords* “*Product Background*”.



Gambar 3.25 Mencari Asset Produk

Dengan ketersediaan asset yang berhubungan dengan desain Isra Miraj serta produk, penulis mulai mendesain dengan memasukkan *background* hijau muda untuk menandakan warna dari Cap Lang serta memasukkan produk Cap Lang Kayu Putih serta Cap Lang Kayu Putih Plus yang penulis dapatkan asset produk tersebut dari Acom Digital Kreasi yang dijadikan sebagai dokumentasi perusahaan. Berikut merupakan desain awal yang penulis rancang di *adobe photoshop*.



Gambar 3.26 Desain Awal *Layout Motion*

(Sumber: Dokumentasi Perusahaan *Brand* Cap Lang)

Penulis memilih desain ini menampilkan produk pada saat *greetings* hari besar dikarenakan merupakan sebuah cara untuk meningkatkan *awareness* serta *interest* mengenai brand Cap Lang. Lalu setelah memasukkan produk serta background bawah produk penulis memasukkan daun-daun yang mengelilinginya yaitu dengan daun eucalyptus yang dimana daun itu merupakan bahan dasar dari Minyak Kayu Putih.



Gambar 3.27 Memasukkan Daun *Eucaplyptus*

Dengan penambahan asset daun dari Cap Lang, tahap berikutnya adalah memasukkan kubah masjid untuk memunculkan lambing tempat ibadah dari umat Muslim. Asset vector ini penulis juga mendapatkan dari *freepik*.



Gambar 3.28 Memasukkan *Vector* Kubah
(Sumber: Freepik)

Pemilihan kubah merupakan asset yang berkaitan masih berkaitan dengan Isra Miraj namun penulis tetap memilih asset tambahan untuk melengkapi tampilan desain Isra Miraj yaitu dengan menambahkan lampu hiasan yang identic dengan lampion muslim yang penulis dapatkan refrensi serta asset yang bersangkutan dari freepik.



Gambar 3.29 Menambahkan Asset Lampion

Dengan Layouting produk serta asset yang penulis rasa komposisinya sudah Sesuai. Tahap terakhirnya adalah mencoba memasukkan *headline* ditengah untuk menjadikan titik fokus keterbacaan serta point utama dalam postingan Instagram Story ini.



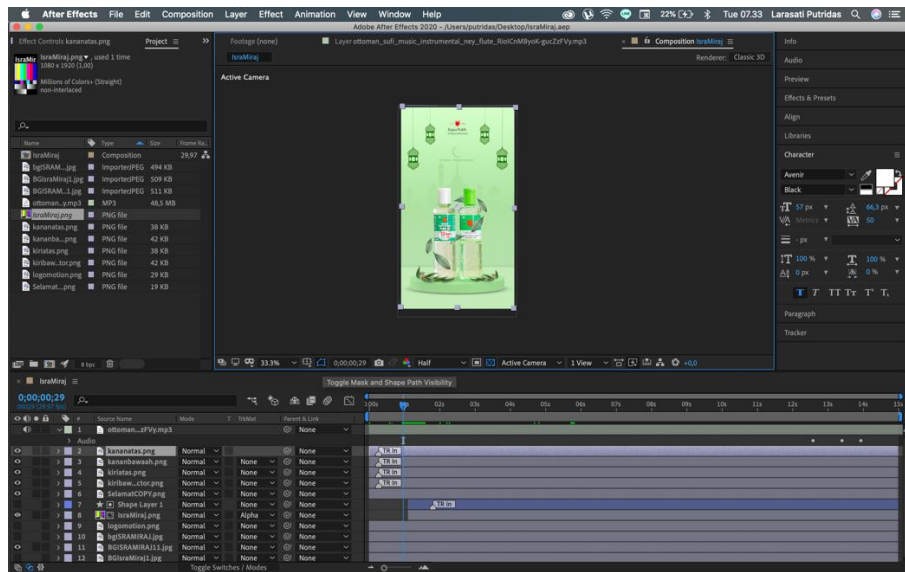
Gamabr 3.30 Menuliskan *Headline*

Setelah memasukkan asset, produk serta menuliskan headline. Desain tersebut adalah desain layout finalisasi yang selanjutnya penulis akan kirimkan untuk melakukan asistensi desain Isrsa Miraj ini kepada *art director* yaitu Rakhmawan Wirayudha. Menurutnya desain *layout* sudah sesuai namun tetap terdapat revisi sedikit untuk bagian *background* vektor masjid dengan mengubahnya warnanya menyesuaikan hijau Cap Lang serta dikurangi opacitnya agar fokus awal tetap ke produk serta *headline*. Berdasarkan hal tersebut penulis mengejar revisi sesuai dengan arahan *art director*.



Gambar 3.31 Hasil Revisi *Layout Video Motion*

Penulis menurunkan *opacity* serta mengubah warna masjid tersebut dengan *overlay* sesuai warna hijau Cap Lang. Desain seperti ini adalah desain yang sudah melewati persetujuan *art director* sehingga penulis dapat masuk ketahapan editing dalam *adobe after effects*.



Gambar 3.32 Proses *Editing Motion*

Proses pengerjaan editing tidak memakan waktu yang lama karena penulis hanya memasukan hasil layout dari *photoshop* dengan *file* berbentuk *png* kedalam *after affects*. Efek yang penulis gunakan menyesuaikan dengan refrensi yaitu pada bagian teks menggunakan efek *fade in* dan *fade out* serta pada bagian aksen pendukung penulis memainkan bagian rotate ke kanan maupun ke kiri, melihat target audiens yang terbesar adalah orang tua terutama ibu-ibu sehingga dikemas secara simpel namun tetap mengesankan tampilan *beauty* dari produk tersebut. Penulis juga menambahkan sound Arabi untuk mengidentifikasikan arab merupakan negara islami sehingga pada saat Instagram story ini sudah diposting terdapat kesan sedang berada digurun pasir dan merasakan akan keindahan serta ketenangan dari sosok mulia umat muslim yaitu nabi Muhammad. Berikut merupakan hasil akhir visualisasi dari video *motion* hari besar IsraMiraj Cap Lang.



Gambar 3.33 Finalisasi Akhir *Motion* Cap Lang Isra Miraj

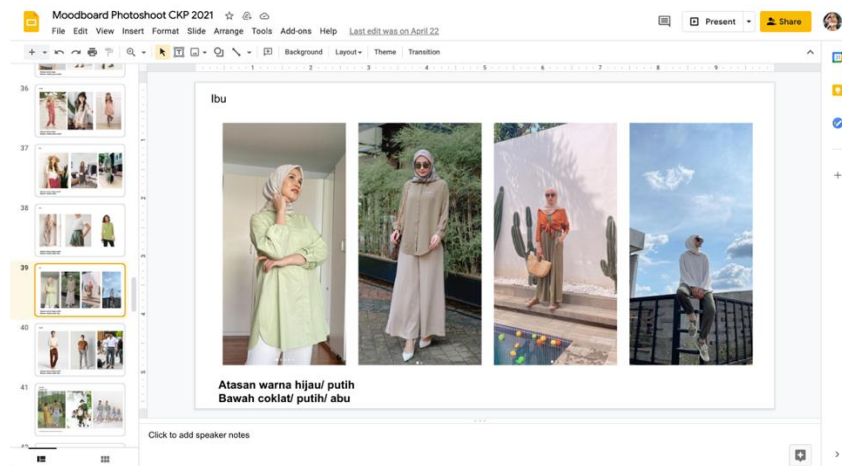
Proses pengerjaan beserta revisi EP untuk satu bulan dimulai dari *feeds* sampai *Instagram story* penulis dapat kerjakan dalam kurun waktu seminggu sampai seminggu lebih, tergantung dari tingkat perubahan konten atau banyak dikitnya revisi. Berikut merupakan keseluruhan dari visual feeds Cap Lang dan Instagram Story Cap Lang di Instagram maupun facebook. Untuk facebook sendiri tidak terdapat perbedaan, hanya saja apabila di feeds terdapat sistem carousell maka di facebook hanya menampilkan satu feeds dengan memposting bagian cover saja.

3.3.2. Perancangan Photoshoot CKP

Foto yang berada di berbagai aktivitas Cap Lang disosial media hampir keseluruhan didapatkan dari hasil *photoshoot* dari Acom Digital Kreasi, karean proyek kerja sama Cap Lang meliputi *development* sosial media. Untuk jangka waktu stok foto yang digunakan setelah *photoshoot* dapat bertahan untuk stok foto EP dua sampai tiga bulan kedepannya, apabila sudah lebih dari waktu yang ditentukan maka harus melaksanakan *photoshoot* lagi sesuai dengan tema yang dipersiapkan dalam dua atau tiga bulan lagi. Penulis mendapat kesempatan untuk mengikuti sesi *photoshoot* Cap Lang Kayu Putih untuk stok foto bulan mei juni and juli yaitu berkaitan dengan

kehangatan Ramadhan serta libur lebaran serta mempersiapkan sekolah offline kembali dibuka.

Sebelum memasuki sesi *photoshoot*, banyak hal dibelakangnya yang perlu disiapkan dimulai dari moodboard photoshoot meliputi *wardrobe*, *property*, *talent*, *home set* serta *studio set*. Masing-masing tim kreatif tim beta yang memegang brand Cap Lang memiliki *job desk* tersendiri. Penulis sendiri mendapatkan job desk menentukan *moodboard* untuk outfit talent ibu yang nantinya bagian property akan menyesuaikan untuk membeli pakaian masing-masing model sesuai dengan acuan *moodboard*. Berikut merupakan moodboard outfit talent ibu hijab yang penulis pilihkan.



Gambar 3.34 *Moodboard* Outfit photoshoot CKP

Photoshoot Cap Lang ini dilakukan pada hari kamis 22 April 2021 berlokasi di rumah daerah Bintaro Sector 3. Penulis pada saat photoshoot berlangsung bertanggung jawab akan wardrobe, dimulai dari kerapian wardrobe untuk talent serta *mix & match* outfit dalam pergantian sesi 1 sampai sesi ketiga photoshoot. Selain itu penulis juga membantu sedikit-sedikit art director dalam mengarahkan gaya bagi semua talent. Menurut penulis banyak ilmu baru serta pengalaman yang lain penulis dapatkan dari sesi *photoshoot* mengenai brand yang penulis kelola sendiri. Penulis jadi memahami proses dari satu tahap ke tahap lainnya hingga menghasilkan tampilan feeds yang terposting dalam sosial media dari sebuah brand. *Photoshoot* ini dimulai dari jam 10 Pagi sampai jam 7 malam.



Gambar 3.35 Sesi *Photoshoot* Talent Anak

Sesi *photoshoot* ini memiliki lima model didalamnya yang terdiri dari dua anak berjenis laki-laki dan perempuan. Dua ibu dan bapak yang berperan sebagai orang tua. Namun kelimanya memiliki perbedaan kategori dalam tema bulan mei hingga juli sehingga pada saat foto berlangsung kelima model tersebut memiliki konsep tersendiri. Berikut merupakan salah satu hasil dari *photoshoot* anak.



Gambar 3.36 Hasil *Photoshoot* Talent Anak

3.3.3. Perancangan Konten Mea

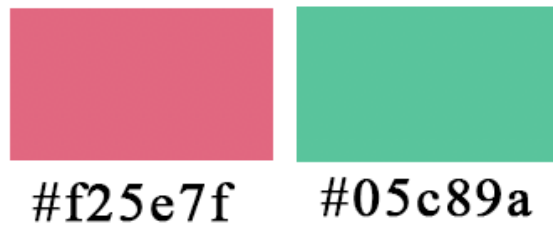
Pada saat penulis masih baru memulai praktik kerja magang di Acom Digital Kreasi penulis memiliki beberapa kegiatan merancang feeds selain fokus pada aktivitas sosial media Cap Lang. MEA merupakan anak perusahaan dari Cap Lang yang memiliki kemasan yang sama namun kandungan serta wangi *aromathreaphy* yang dikeluarkan berbeda oleh karena itu target audiens juga mengalami perbedaan. MEA sendiri fokus akan target anak muda, karena ia memiliki aroma yang dapat digemari bagi anak-anak muda sehingga anak muda tidak perlu merasa aneh dengan wewangian selayaknya wangi orang tua apabila butuh cairan yang menghangatkan. Penulis pada waktu diberi kesempatan untuk mencari moodboard sebelum merancang *feeds* MEA. Untuk MEA sendiri penulis bertanggung jawab kepada *art director* lainnya bernama Tita Dwi A. Kebetulan Didalam tim beta terdapat dua *art director* dan masing-masing mereka memiliki tanggung jawab brand yang berbeda. Dikarenakan target dari MEA adalah anak muda berumur 18 – 25th maka tampilan

visualnya menampilkan warna-warna cerah untuk menampilkan keceriaan beserta mengenalkan warna-warna dari kemasan botol yang dimilikinya. Berikut merupakan moodboard yang penulis tentukan untuk dijadikan sebagai acuan desain visual feeds.



Gambar 3.37 *Moodboard MEA bulan Maret*

Tampilan visual MEA(Cap Lang Kayu Putih Aromatherapy) memiliki perbedaan dengan Cap Lang Kayu Putih. Minyak Kayu Putih memiliki tiga warna dasar tetap yang akan selalu digunakan pada tampilan visual setiap bulannya yaitu hijau, abu-abu muda dan putih. Sementara MEA memiliki perubahan mood warna pada setiap bulannya mengikuti varian warna dari botol MEA. Setelah menentukan *moodboard* tahapan selanjutnya adalah menentukan warna serta font yang akan digunakan. Untuk mood warnanya sendiri MEA pada bulan maret adalah hijau dan pink, sesuai dengan varian *rose* maupun *eucalyptus*.



Gambar 3.38 Warna MEA Bulan Maret

Untuk fontnya sendiri MEA memiliki font tetap yang dijadikan dasar untuk penggunaan *headline* maupun *body copy*. Font *Headline* dari MEA menggunakan Futura sedangkan untuk *body copy* menggunakan ClanOT.

Futura

Abcdefghijklm

nopqrstuvwxyz

1234567890

Gambar 3.39 Font *Headline* Futura

ClanOT

Abcdefghijklmn

opqrstuvwxyz

1234567890

Gambar 3.40 Font *Body Copy* ClanOT

Penulis diberi kesempatan untuk membuat tiga feeds menyambung untuk dijadikan sebagai ucapan bagi para pemenang MEA yang mengikuti challenge dengan menampilkan hadiah yang didapatkan. Tahapan pertama ialah penulis mengolah foto hasil *photoshoot* dan disesuaikan melalui ekspresi talent tersebut apakah sesuai atau tidak dengan konten. Berikut merupakan foto yang penulis pilih untuk digunakan sebagai asset visual yang akan digunakan pada tampilan visual *congratulations*



Gambar 3.41 Aset Foto Berdasarkan Hasil *Photoshoot*

Ekspresi muka talent yang bergembira menggambarkan kebahagiaan yang dirasakan bagi para pemenang. Tahap selanjutnya penulis melakukan pembuatan tiga feeds di *adobe photoshop* menggunakan penggabungan ukuran tiga feeds untuk mempermudah menyambung antar satu feeds dengan feeds lainnya, dengan ukuran 1080 x 3240 Pixels. Berikut merupakan hasil visual yang penulis rancang untuk tiga feeds menyambung.



Gambar 3.42 Feeds MEA *Congratulations*

Setelah menyelesaikan tiga feeds menyambung ini, *art director* Tita Dwi A telah menyetujui hasil desain ini, namun lain dari suatu hal berakhir feeds ini mengalami perubahan dimulai dari hadiah yang diberikan serta tampilan visual yang diubah sedikit pada bagian polaroid. Tetapi dikarenakan penulis sudah difokuskan hanya memegang Cap Lang pada saat pemberitahuan perubahan tersebut sehingga penulis tidak diberi tugas untuk merevisi kembali file dari feeds *congratulations* tersebut. Meskipun feeds mengalami keterhambatan, penulis dapat berkontribusi dalam pembuatan satu Instagram story MEA. Berikut merupakan proses membuat Instagram story MEA yang dibuat berdasarkan acuan moodboard yang penulis sudah rancang.



Gambar 3.43 Pemilihan Asset Foto

Setelah penulis lakukan pemilihan foto, penulis mencoba memasukkan headline sesuai dengan moodboard, serta warna font sesuai fokus untuk ungu dan Putih.



Gambar 3.44 Mencoba Memasukkan *Headline*

Desain visual gambar 3.44 merupakan hasil visual yang penulis telah rancang lalu melakukan asistensi kepada *art director*. Setelah melakukan asistensi penulis mendapat *feedback* bahwa tampilan visual ini terlalu kosong dan sepi sehingga harus menambahkan aksen vector untuk mempercantik dan menarik bagi anak muda. Berdasarkan tersebut penulis melakukan revisi dengan menambahkan aksen vector untuk menarik perhatian audiens.



Gambar 3.45 Penambahan Aksan *Vector*

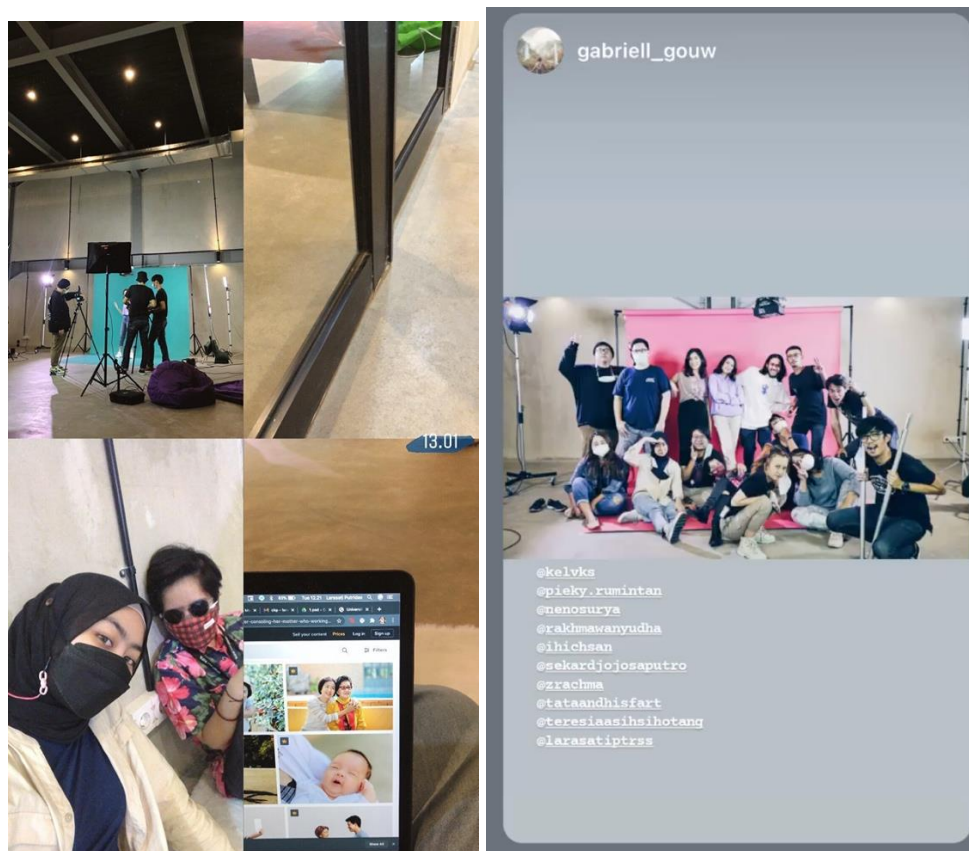
Setelah melalui revisi pertama, hasil yang tersebut merupakan hasil finaliasi akhir yang sudah disetujui untuk dipublikasi dalam Instagram Story @cleasdiary baik dari tim kreatif Acom maupun Klien.



Gambar 3.46 Finalisasi Akhir Visual Instagram Story MEA

3.3.4. Photoshoot MEA

Pelaksanaan *photoshoot* MEA berlangsung di studio kantor Acom Digital Kreasi, penulis kembali diberi kesempatan untuk mengikuti sesi *photoshoot* ini. *Photoshoot* MEA dilakukan pada Selasa 02 Maret 2021, Penulis diberikan tanggung jawab untuk merapikan wardrobe talent untuk digunakan pada saat *photoshoot*. Berikut merupakan pengalaman yang penulis miliki pada saat mengikuti kegiatan *photoshoot* MEA



Gambar 3.47 Photoshoot MEA

3.3.5. Kendala yang Ditemukan

Penulis melakukan praktik kerja magang selama lebih dari 320 Jam di Acom Digital Kreasi, terdapat kendala yang penulis alami ialah penyusunan waktu timeline yang diberikan secara acak atau tiba-tiba sehingga antar tim kreatif dengan *deadline* klien mengalami pengerjaan dalam waktu yang singkat. Pada saat terjun langsung kedalam dunia kerja desain, refrensi sangatlah dibutuhkan bagi desainer untuk menambah ilmu baru, oleh karena itu penulis harus memperbanyak refrensi desain untuk mempermudah serta mempercepat pengerjaan desain. Kendala terakhir yang penulis alami ialah pada saat mengerjakan desain *work from home* apabila mengalami revisi desain, penulis merasa komunikasi yang dijalani antar penulis dan *art director* mengalami kesulitan sehingga terdapat beberapa kali kesalahpahaman komunikasi yang dimaksud dan berakhir revisi dilanjutkan pada saat *work from office*.

3.3.6. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Dengan kendala yang penulis alami pada saat praktik kerja magang, penulis menyimpulkan beberapa solusi untuk menangani kendala tersebut dengan cara berikut :

1. Penulis memperbanyak refrensi dimulai dari hasil desain brand lain yang telah terbit di Instagram maupun facebook, meminta saran desain mana saja yang tepat untuk brand tersbut kepada *art director* untuk memperluas ilmu.
2. Memberikan saran pada Acom Digital Kreasi pada pemberian timeline pengerjaan yang diberikan secara terarah akan waktu pengerjaannya
3. Dengan kesulitan komunikasi yang dilakukan apabila sedang diberlakukan *work from home*, maka melakukan revisi dengan kecanggihan teknologi sekarang yaitu melalui share screen dengan aplikasi zoom ataupun google meet.